

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR**  
***CAMPUS* DE CACOAL**  
**DEPARTAMENTO ACADÊMICO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**MARIA PEREIRA DA SILVA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E A ATUAÇÃO DO INSTITUTO  
CANOPUS NO MUNICÍPIO DE CACOAL-RO**

**Artigo de Conclusão de Curso**  
**Artigo**

**Cacoal – RO**  
**2011**

**MARIA PEREIRA DA SILVA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E A ATUAÇÃO DO INSTITUTO  
CANOPUS NO MUNICÍPIO DE CACOAL-RO**

**Artigo apresentado à Universidade Federal  
de Rondônia – UNIR – *campus* de Cacoal,  
como requisito parcial para obtenção do  
Título de Bacharel em Ciências Contábeis,  
sob a orientação da Profª Drª. Eleonice de  
Fátima Dal Magro.**

# **RESPONSABILIDADE SOCIAL E A ATUAÇÃO DO INSTITUTO CANOPUS NO MUNICÍPIO DE CACOAL-RO**

**Por:**

**MARIA PEREIRA DA SILVA**

**Artigo apresentado à Fundação Universidade  
Federal de Rondônia, Curso de Ciências  
Contábeis, para obtenção de grau de Bacharel  
em Ciências Contábeis, mediante a Banca  
Examinadora, formada por:**

---

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Eleonice de Fátima Dal Magro – Presidente**

---

**Prof. Ms. Rogério Simão -- Membro**

---

**Prof. Esp. Cleberson Eller Loose – Membro**

## SÚMARIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>04</b>
<b>1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL.....</b>	<b>05</b>
1.1 ORIGEM E CONCEITUAÇÃO .....	07
1.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA .....	08
1.3 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	09
1.4 REFLEXOS DO COMPROMETIMENTO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	11
1.5 CADEIA DE VALORES À SOCIEDADE .....	12
<b>2 INSTITUTO CANOPUS E SUA ATUAÇÃO .....</b>	<b>13</b>
2.1 CARACTERÍSTICAS DO INSTITUTO, PROJETOS E AÇÕES DESENVOLVIDAS .....	15
2.2 VOLUNTARIADOS E PARTICIPANTES .....	16
2.4 INCORPORAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO INSTITUTO CANOPUS .....	17
<b>3 ANÁLISE E DISCUSÃO DE RESULTADOS .....</b>	<b>18</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>22</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>23</b>
<b>APÊNDICE QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>25</b>

# RESPONSABILIDADE SOCIAL E A ATUAÇÃO DO INSTITUTO CANOPUS NO MUNICÍPIO DE CACOAL-RO

Maria Pereira da Silva.<sup>1</sup>

**RESUMO:** Neste artigo busca-se refletir sobre a influência da responsabilidade social que o Instituto Canopus desempenha mediante ações prestadas para a sociedade no município de Cacoal/RO. Tendo em vista sua atuação e justificação dos encontros, reuniões e ações junto à comunidade, busca-se identificar tais ações que vão além da filantropia, cuja missão consiste em possibilitar a melhoria da qualidade de vida de seus colaboradores, voluntários participantes, familiares, amigos e sociedade em geral. O estudo propõe-se a levantar com maior transparência informações relacionadas ao tema em destaque mediante pesquisa exploratória de caráter qualitativo, no biênio 2008 e 2009, baseado em obras concernentes ao assunto e estudo de caso, além de dados obtidos por meio de fichas de inscrições e avaliações para os participantes do Projeto “Estilo de vida Canopus”. O mesmo visa oferecer melhor qualidade das informações e serviços oferecidos em prol da comunidade/sociedade do Município de Cacoal-RO.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade social. Voluntários. Participantes.

## INTRODUÇÃO

Os problemas sociais geram responsabilidades a serem compartilhadas pelos membros da sociedade como um todo. Isto faz com que o Instituto Canopus adote nova postura frente aos problemas em questão, inovando seus projetos e ações oferecidas à comunidade com finalidade de promoção da assistência social: cultura, defesa, preservação, conservação do meio ambiente e promoção sustentável do município de Cacoal, aumentando a cada evento oferecido à sociedade e, portanto, não se restringindo a nenhuma classe social oferecendo lazer e cidadania aos participantes de maneira a ampliar suas reuniões e encontros voltados para o social e objetivando atingir um número cada vez maior de beneficiários.

A pesquisa teve como objetivo geral identificar o reflexo das ações desenvolvidas pelo Instituto Canopus no município de Cacoal (RO), tendo como enfoque a perspectiva de uma sociedade mais participativa e comprometida com a responsabilidade social. Quanto aos objetivos específicos buscou-se pesquisar os aspectos teóricos e conceituais relacionados à Responsabilidade Social Corporativa, Gestão Social e itens correlatos além de; demonstrar as reuniões, ações e projetos realizados pelo Instituto em prol da sociedade.

---

<sup>1</sup> Acadêmica concluinte do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Rondônia – *Campus* de Cacoal, com TCC elaborado sob a orientação da Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Eleonice de Fátima Dal Magro.

A pesquisa exploratória realizada em caráter qualitativo baseou-se em obras pertinentes ao assunto e estudo de caso, mediante dados obtidos por meio de fichas de inscrição e avaliação aplicada para os participantes no período de 2008 e 2009 do “Projeto Estilo de Vida Canopus”. A escolha pelo tema deu-se pela importância das ações sociais no ambiente empresarial, o que se verifica refletido nos projetos, ações e reuniões de cunho social realizados pelo Instituto Canopus no município de Cacoal.

## **1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

Tomando por base que a sociedade tem se tornado bastante complexa, e o índice do nível populacional muito alto, percebe-se que os governos de forma geral, em todo o mundo, já não conseguem atender as demandas econômicas, sociais, políticas e ambientais, cabendo às empresas dividir essas responsabilidades, pois formamos uma grande força alavancadora na sociedade. Com a gestão responsável surgiram os relatórios sociais que evidenciam as ações sociais e ambientais praticadas pelas empresas e elaborados com base em diferentes metodologias, como: pode deixar os indicadores propostos pelo Instituto Ethos, o Modelo Social Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE).

O equilíbrio o social e o funcional representam a Responsabilidade Social corporativa da empresa e oferece, portanto, gestão social e ambiental mediante programas voltados à aprendizagem, comportamento e práticas entre pessoas de áreas organizacionais diversas. Na visão de Zarpelon (2007, p. 15):

Responsabilidade Social esta fora da esfera dos interesses individuais ou de uma minoria, sendo componente da esfera dos interesses coletivos. Além disso, é fomentada em nível institucional, onde as pessoas assimilam estes conceitos através da educação social ministrada ou autodidática, formal ou informal.

No entanto, faz-se necessária boa política social e ambiental para evitar prejuízos materiais e mesmo à sua imagem perante a sociedade.

O desenvolvimento das empresas está voltado para a transformação de questões estratégicas, sendo estas tão importantes para a empresa quanto os resultados financeiros de seus relatórios anuais. No entanto, esta é uma consequência imediata de mercado à prática da boa cidadania corporativa. Segundo Reetz e Tottola (2006, p. 25-26): “Empresas sem vínculos fortes com a comunidade interna (empregados, acionistas) e externa (clientes, fornecedores,

sociedade em geral) tendem ao enfraquecimento de sua imagem e, conseqüentemente, à perda de credibilidade e mercado”.

De acordo com Tinoco (2008, p.115), “A responsabilidade social corporativa relaciona-se a gestão da empresa em maiores universos envolvendo questões éticas, sociais e ambientais, portanto, formando uma difusão de valores, condutas e procedimentos”.

Diante do exposto e do consumidor mais exigente e comprometido com questões socioambientais, as empresas tendem a adotar uma postura que privilegie os investimentos nesta área, o que denota responsabilidade para toda sociedade no mundo globalizado.

Sendo assim, vários argumentos são utilizados para se mensurar a performance social de uma empresa, no entanto, a instituição social deve arcar com os mesmos custos de cidadão individual. A Entidade passou a ser instituição sociopolítica, deixando de ser apenas econômica e assumindo a responsabilidade social e política influenciando o ambiente dos negócios na tomada de decisão; considerando que “[...] o que é bom para as empresas é bom para a sociedade de forma geral” (DONARE, 2008, p. 15).

Partindo desse pressuposto, são adotados padrões éticos e morais com transparência, ou seja, realizam bons negócios e parcerias a curto e a longo prazo, outras empresas advindas de parte do lucro para contribuir com questões relacionadas à recreação, à estabilidade da empresa, melhora da comunidade e ao meio ambiente.

Segundo Thompson e Strikland *apud* Aragão e Karkitle (2000, p. 62), o plano estratégico de uma organização constitui-se do desenvolvimento da missão e visão estratégica, do estabelecimento de objetivos de curto, médio e longo prazo, bem como das mudanças competitivas e as abordagens de ação interna que devem ser utilizadas para atingir os resultados programados.

Diante do exposto Rokembach et al (2009, p.10), afirmam que: “Buscar a responsabilidade social implica, em primeiro lugar, que as empresas desenvolvam uma visão integral de futuro, não somente incorporada à comunidade, mas, também, à sociedade e ao país”.

Sua prática voltada para a informação e, sobretudo, ao desenvolvimento sustentável e social oferecendo o aprendizado continuado a seus voluntários, parceiros e participantes, disponibilizando o acesso à informação a todos, como meio de conhecimento e a boa prática da cidadania.

Participar ativa e criticamente da construção do campo social da comunidade e, por isso estimular e nutrir uma comunidade de profissionais de desenvolvimento que partilhem

valores éticos e princípios metodológicos para o trabalho social. Vários argumentos são utilizados para mensurar o desempenho social de uma Entidade na visão de Zarpelon (2006, p. 22-23) entende:

Os indicadores de desenvolvimento social buscam refletir as ações com intuito de responsabilidade e desenvolvimento social que possam garantir a qualidade de vida de determinada sociedade, de forma regional ou global, e internamente a organização.

Dessa forma, a sociedade tem preocupações ecológicas, de segurança, de proteção, de consumidor, de defesa de grupo minoritário, bem como de qualidade de produtos. Estes fatores impulsionaram as organizações a incorporar valores em seus procedimentos administrativos e operacionais no que diz respeito à responsabilidade social.

## 1.1 ORIGEM E CONCEITUAÇÃO

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) surgiu, no Brasil, na década de 1960, tendo seu berço nos (EUA) e na Europa. Fundamentou-se em conscientizar os segmentos da sociedade, dar assistência aos mais necessitados e preservar o direito do consumidor. Nas ultimas décadas houve mudanças em função de novas demandas decorrentes das transformações da sociedade moderna, aumentando as ações realizadas e promovendo um conjunto amplo de condições mais favoráveis à sociedade (REIS, MEDEIROS, 2007).

Conforme Reis e Medeiros (*op cit.*), em 1990 desenvolveu-se a cultura de Responsabilidade Social devido os problemas sociais que geram responsabilidades a serem compartilhadas pela sociedade como um todo, tornando-se basicamente imperativo de gestão para as empresas que querem manter-se no mercado competitivo.

A responsabilidade social conceitua-se pela base voluntária das empresas em contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo. Com base nessa premissa, as gestões das empresas buscam desenvolverem políticas que atendam o interesse comum social como, por exemplo, comunidades locais, trabalhadores, clientes, fornecedores, autoridades públicas, concorrentes e sociedade em geral. De acordo com Zarpelon (2006, p.8):

Aspectos **sociais corporativos** iniciaram-se quando surgiu a necessidade de adequação das empresas aos interesses da sociedade, o qual é outorgado mediante contrato realizado entre empresa, sociedade e esfera pública ou governamental. Este conceito de interesse social migrou para a chamada Responsabilidade Social, a qual ganhou espaço nas organizações e nos dias atuais é divulgada com amplitude [grifo



do autor].

Portanto, entende-se que a evolução e a disseminação desses conceitos em meio à sociedade/comunidade trouxeram inúmeras conquistas frente à globalização moderna para o presente e futuras gerações.

## 1.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A Responsabilidade social compreende ações que a empresa decide numa base voluntária, contribuir para a formação de uma sociedade mais justa e a manutenção de um ambiente mais limpo. Com base nessas premissas, a gestão das empresas passará nortear além dos interesses dos proprietários das mesmas, mas também as necessidades da sociedade/comunidade como um todo. O Instituto Ethos (2007), estabelece que:

A Responsabilidade social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a empresa a torna parceira e coresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governos e meio ambiente) e conseguir incorporá-los nos planejamentos de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

O conceito de Responsabilidade Social varia de acordo com o ambiente em que é analisado. Nível interno relacionado aos trabalhadores/colaboradores e todas as partes interessadas pela empresa e, o nível externo a sociedade em geral, tendo em vista as consequências das ações de uma organização sobre os seus componentes externos. Fatores que originaram a necessidade de se observar uma responsabilidade social acrescida nas organizações. Em um contexto globalizado e de mutação industrial em larga escala.

Fica evidente que a ética é um dos principais conceitos a serem observados pelas entidades que queiram ser reconhecidas e enquadradas dentro da prática da responsabilidade social. No entanto o enquadramento da empresa ou entidade como eticamente responsável deve se comprometer e obedecer a um conjunto de princípios ou regras conforme segue:

- a) princípios éticos nos negócios e nas atividades;
- b) servir a sociedade com produtos úteis e em condições justa respeitar os direitos humanos como uma das condições dignas de trabalho, que favoreçam a segurança, a saúde e o desenvolvimento humano e profissional dos trabalhadores;
- c) criar riqueza na condição mais eficaz possível;

- d) obedecer e cumprir as leis, normas, costumes e contratos firmados; e
- e) procurar a distribuição e equitativa da riqueza gerada.

Neste enfoque, buscar a responsabilidade social implica para as empresas desenvolver uma visão integralizada do futuro, mas, não somente incorporada à comunidade, como também, à sociedade e ao país. Tendo em vista a conexão de valores entrelaçados com essas ações inovadoras e tão necessárias para valoração da comunidade/sociedade como um todo.

Ainda, no que tange a Responsabilidade Social, autores como Karkatli e Aragão (2004), apresentam argumentos relativos à adesão das empresas ao que pode ser denominado como um movimento que tem como base, além de exercer funções com vistas a contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas beneficiadas também melhorar a imagem da empresa perante a sociedade.

A cidadania Responsabilidade social das Empresas (RSE) representa mais consciência de segmentos da sociedade relacionada à responsabilidade das empresas na preservação corporativa remete a empresa a um contexto com o qual compartilha valores e maneiras responsáveis de gerir os negócios [...] a Responsabilidade Social esta inserida na cidadania corporativa, que, por sua vez, é parte do planejamento, dos objetivos e da operação da empresa para atingir os objetivos, tem a mesma importância que outras áreas têm (REIS; MEDEIROS, 2007).

Dessa forma, vários argumentos são utilizados para se mensurar a performance social de uma empresa, no entanto, a instituição social deve arcar com os mesmos custos do cidadão individual. Visto que a Responsabilidade Social é dever de toda sociedade uma vez que governo, empresas e sociedade formam o conjunto de deveres e obrigações corporativo do mundo globalizado.

### 1.3 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O crescimento das organizações da sociedade civil defrontou-se com agravamento das desigualdades sociais, provocado principalmente pela globalização, geradora de riquezas e, responsável pelo aumento dos excluídos do processo social. A partir de então far-se necessário a atualização das instituições/empresas em integrar ações responsáveis em seus planos e metas estratégicas de desenvolvimento e, ainda divulgar o conceito de responsabilidade social, econômica, administrativa, comercial, política e até filantrópica que venha satisfazer necessidades de sustentabilidade comunitária que atenda o público interno e externo das organizações. Nesta ótica Karkotli (2007, p. 11), afirma:

No Brasil, o crescimento da organização da sociedade civil, antes limitada a alguns grupos de pessoas, muitas vezes na clandestinidade, ampliou-se com a promulgação da Constituição Federal de 1988, que estabeleceu com maior vigor os direitos sociais, ou seja, aqueles denominados de terceira geração, o que fica amplamente explicitado com relação a posteriori da ECO-92 no Rio de Janeiro.

Fatos estes que resultaram na criação de várias organizações não governamentais, as quais buscam meios de ações locais e globais para as respostas dos problemas sociais em prol da sociedade. A ecologia social apresenta uma relação entre as questões sociais e ambientais, por fazer parte da comunidade onde esta inserida, deixando tão-somente os objetivos de aumentar a produtividade e a maximização dos lucros. Karkotli e Aragão (2004, p. 23) relatam as seguintes premissas em relação às empresas:

A empresa moderna encontra-se, assim, inserida na comunidade em que atua. Antes bastava-lhe ter tão-somente como objetivos o da produtividade e a maximização dos lucros. Atualmente sua realidade engloba, além de interesses de proprietários, dirigentes e trabalhadores, ações que correspondam às responsabilidades de que está investida, dentre as quais: a qualidade intrínseca de seus produtos e as conseqüências de sua utilização; o padrão dos serviços prestados; proteção e preservação do meio ambiente, bem como os efeitos diretos de sua atividade sobre o bem estar da comunidade.

Com o avanço da globalização e a modernização da infraestrutura no meio social faz-se necessário criar novas políticas de desenvolvimento sustentável para melhorar e preservar o meio em que vive à sociedade, além de melhorar o processo de modernização enquanto cidadão que compartilham no meio social em comum. Para Karkatli e Aragão (2004, p. 13,14): “A globalização desencadeou o processo de ordem econômica no mercado e a sociedade ampliou suas exigências referentes às atitudes das empresas, fazendo com que transcendam seus investimentos, além da minimização dos custos e a primazia do lucro”.

Neste enfoque, Lilian, Aligleri e Kruglianskas (2009, p. 9,10), “O mundo corporativo percebeu que as empresas enquanto agentes sociais fazem parte da sociedade que as abriga e condiciona sua existência. Portanto, não existe por si mesma uma vez que dependem da teia de conexões presentes no mercado”. A gestão sustentável e responsável conscientiza à sociedade para o futuro que poderá ser mudado com ações e parcerias elaboradas pelos representantes da sociedade tornando, assim, um espaço social mais limpo e verde com melhor qualidade de vida e mais digno a todos.

O desenvolvimento sustentável busca recompor os danos desenfreados causados pela sociedade ao longo dos avanços da globalização. Tendo em vista a necessidade de preservação da comunidade/sociedade, bem como o meio ambiente gerando, assim, uma

sociedade mais competitiva no contexto mundial além de garantir melhor qualidade de vida para as próximas gerações.

#### 1.4 REFLEXO DO COMPROMETIMENTO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL

O crescente nível de informação e conscientização da sociedade estão alterando o comportamento dos gestores das empresas, conduzindo-os a assumir novos compromissos além da ordem econômica no mercado, gerenciando a minimização de custos e a valorização social. São tendências claras de obrigações que representam a promoção do bem-estar da comunidade/sociedade.

Ao discorrer sobre voluntariado Leite (1998, p. 79) destaca:

A ação do Estado nessa área é cada vez mais crucial, pelos motivos que todos conhecemos, e tem sua razão de ser na necessidade de reforçar e por vezes suprir a ação de indivíduos e de entidades particulares, tornada insuficiente por condições sociais adversas. Reforçar ou suprir a atuação privada, sim, porém não substituí-la ou dispensá-la, porque nessa matéria, como em outras, por mais que se faça ainda resta muito a fazer. Por outras palavras, existem situações em que o voluntariado é indispensável.

No entanto, novas expectativas para as organizações representam a responsabilidade social além dos modelos tradicionais de administração, ou seja, além da produtividade, compreendem aspectos sociais, éticos e ambientais. Karkotli e Aragão (2004, p.14) concluem:

Administrar com essa nova agenda de responsabilidades e manter-se no mercado altamente competitivo e sem fronteiras tem representado um desafio à gestão das empresas, pois necessitam utilizar estratégias de vida, a valorização do potencial humano, o equilíbrio ecológico e a equidade social.

Na busca de sobreviver e ser competitivas nesse ambiente turbulento as empresas buscam cada vez mais, administrarem através de estratégias orientadas por paradigmas qualitativos, ou seja, postura ética, qualidade total na produção e respeito, bem como proteção ao meio ambiente.

Nesse entendimento Zarpelon (2009, p. 30-31), afirma que “É conveniente utilizar-se de projetos sociais que tragam a comunidade para oficinas de aprendizado dentro da organização, através de cursos ofertados para a comunidade, que não possui condições financeiras de realizar um treinamento formal”.

No mesmo raciocínio Karkotli e Aragão (2004, p. 29), “Desta forma, toda organização que objetiva a responsabilidade social deverá antes, construir junto com seus colaboradores uma política de ética social com normas e condutas internas, que devem ser assimilada por

todos da organização”.

Observam-se ganhos tangíveis a partir da postura socialmente responsável, mediante conduta ética, do gerenciamento com qualidade total e ambiental. Evidente na melhoria da imagem institucional; da criação de ambiente interno e externo favoráveis; de estímulo a melhoria contínua dos processos de responsabilidade social.

## 1.5 CADEIA DE VALORES À SOCIEDADE

Com base na demonstração de responsabilidade social apresenta-se o modelo de gestão proposta pela entidade, discorrendo a trajetória organizacional especificando em seu relato informações sobre o nascimento e evolução da instituição; sua localização, suas atividades, seus produtos, bem como sua colaboração no mercado globalizado frente aos problemas sociais relevantes da atualidade, em prol dos voluntários e participantes.

<b>Tipos de ações</b>	<b>Características</b>
<b>Filantropia</b>	Amor ao homem, ao ser humano, especialmente no sentido de solidariedade.
<b>Ação social</b>	É a ação de curto prazo com objetivo de satisfazer as necessidades em prol da sociedade ou de uma comunidade específica.
<b>Responsabilidade Social Corporativa</b>	É o comportamento ético e responsável na busca de qualidade nas relações que a organização estabelece com todos os seus stakeholders, associado direta e indiretamente ao negócio da empresa, incorporado à orientação estratégica da empresa/instituição e refletido em desafios éticos para as dimensões econômicas, ambientais e sociais.
<b>Marketing Social</b>	Significa entender e atender a sociedade, proporcionando a satisfação e o bem-estar da mesma dentro de um comportamento ético e social responsável, visando às transformações sociais.
<b>Marketing Ideológico/Institucional</b>	É utilizado para indicar e associar as iniciativas pelas quais uma empresa procura manter, fortalecer e solidificar a imagem da marca e a identidade da marca perante o seu público-alvo.

**Figura 01:** Distribuição das Ações Sociais

**Fonte:** Karkotli (2007); Leite (1998).

É importante a participação ativamente e criticamente da construção do campo social da comunidade e, por isso estimular e nutrir uma comunidade de profissionais de desenvolvimento que partilham valores éticos e princípios metodológicos para o trabalho social.

### 1.5.1 Conceito de valores sociais

É um conjunto de valores morais e princípios que norteiam a conduta humana na sociedade, serve para que haja um equilíbrio e bom funcionamento social, possibilitando o

direito de igualdade a todos.

Neste sentido, a conduta ética possui a base principal da cidadania a Constituição Federal de 1988, a qual em seus artigos 6 a 11 e 193 a 231 (título VIII da ordem social), elenca os valores da responsabilidade social corporativa que o Estado, empresa e a sociedade têm em promover a dignidade e a igualdade social, direito de igualdade a todos (BRASIL, 1988).

Neste sentido, a conduta ética possui a base principal da cidadania assegurando como direitos e garantias fundamentais do cidadão o acesso a: educação, saúde, moradia, lazer, segurança, proteção à maternidade, a infância, dentre outros. O processo decisório de medidas de desempenho ou indicadores de desempenho demonstra a sociedade suas capacidades e suas limitações, através de métricas mensuráveis, como, indicadores de desempenho organizacional, sustentável, dentre outros. Segundo Zarpelon (2006, p. 60-61):

Chama-se Gestão social ao conjunto do processo composto pela **prática** do levantamento dos problemas relativos à: meio social estabelecimento de indicadores, análise, elaboração de estratégias, levantamento de recursos, tomadas de ação, verificação da eficácia e constante gerenciamento destes, visando equacionar os problemas e agregar benefício promovendo a equidade, com base nos princípios e na filosofia da Responsabilidade social.

A construção ética da sociedade tem como base valores históricos e culturais valorizando os princípios morais de uma comunidade ou grupo, além de nortear o bom funcionamento social, sendo assim, de forma justa e de direito a cidadania à sociedade.

Para Oliveira (2005, não paginado), “Responsabilidade Social é um planejamento de ação pública em um modelo empresarial, traçando estratégias para reduzir as desigualdades de iniciativa do Poder Executivo, indicando investimentos a serem realizados e monitorados os seus resultados”.

Diante do exposto entende-se que o conceito de valores sociais é uma cadeia de direitos e deveres que cada cidadão busca alcançar mediante a realização pessoal e profissional ao longo das gerações.

## **2 INSTITUTO CANOPUS E SUA ATUAÇÃO**

O Instituto Canopus foi qualificado como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) no dia 9 de fevereiro de 2010. Nasceu em 1991, pelo precursor Sr. Marcos

Roberto Cruz, com o objetivo de compartilhar informações, cursos e treinamentos com a sociedade.

O começo foi em 1976, o precursor Sr. Marcos Roberto Cruz participou do primeiro curso e ficou encantado com o conhecimento adquirido. Desde então pensou em passar adiante. Mas, o projeto só foi desenvolvido, em 1991, quando o mesmo foi colocado em prática realizando cursos, palestras, filmes educativos, motivacionais e culturais, dando oportunidade a muitas pessoas.

Em 06 de junho de 2004, foi idealizado o Projeto “Estilo de Vida Canopus”, anteriormente conhecido como “Projeto 100 Anos de Vida”, um encontro de três dias com o objetivo de gerar qualidade de vida para a sociedade, e que mediante palestras e debates, o participante tem a oportunidade e autoavaliação, fazendo uma reflexão de todas as áreas de sua vida e repensando o seu bem estar enquanto cidadão.

O Estatuto do Instituto Canopus foi assinado em 01 de maio de 2006, oficializando assim a entidade até então denominada “Fundação Canopus”. A partir daí o Instituto Canopus está presente nas Regiões Norte e Centro-Oeste e parte das Regiões Nordeste e Sudeste, atuando de forma efetiva junto à sociedade melhorando a qualidade de vida de inúmeras pessoas.

E além do Encontro “Estilo de Vida Canopus”, o Instituto Canopus realiza diversas ações de assistência social em hospitais, asilos e creches, com recursos próprios e com a ajuda de voluntários. Nos últimos dois anos desenvolveu diversos projetos e ações em todos os lugares onde tem representação.

Empresas, comunidades e indivíduos estão aprendendo a viver no mundo globalizado, das transformações tecnológicas e das transições políticas. Mudando o papel das empresas significativamente, trazendo a revolução social e cultural. Mostrar valores não basta, deve-se colocá-lo em prática. Nesta ótica o Instituto Canopus em parceria com as Empresas Canopus tem executado através do voluntariado ações que vão ao encontro dos valores universais, mudando gradativamente o mundo em que vivemos.

O compromisso e desejo com a qualidade de vida da comunidade desenvolveu o trabalho em equipe do Instituto Canopus e incentivou o voluntariado. A cada ação realizada pelo Instituto busca-se levantar novos desafios em conjunto para, assim, oferecer ações qualitativas à comunidade, voluntários e sociedade como um todo.

O Instituto Canopus (IC) participa ativamente da construção do campo social da comunidade no município de Cacoal-RO, realizando ações, encontros e reuniões mediante

parcerias com outras instituições/empresas, proporcionando assim, o bem-estar dos seus voluntários e participantes, tendo em contrapartida a satisfação dos participantes, voluntários e comunidade envolvida.

A responsabilidade social da entidade desempenha indicadores que permitam medir o grau de cada ação realizada à sociedade por meio da colaboração de seus voluntários e sociedade participante. Contudo, na busca de desenvolver suas políticas e atividades, somar valores, objetivos e procedimentos relacionados ao bem-estar social da comunidade, visando assim, oferecer cidadania aos menos favorecidos e dar oportunidade de inclusão à comunidade.

Suas ações são exclusivamente voltadas ao social, proporcionando educação e entretenimento à comunidade beneficiária. Além disso, os grupos de voluntários e participantes juntamente com outras empresas estão sempre em busca de novos conhecimentos e desafios, para oferecer inserção social à comunidade local, bem como expansão das informações além de incentivos a novos voluntariados.

Os encontros, reuniões e ações oferecidas para a sociedade são de responsabilidade de todos; voluntários, participantes e sociedade em razão dessa estar voltada à solidariedade com a finalidade de obter resultados positivos e, assim, compartilhar a alegria e o conhecimento com a comunidade/sociedade.

## 2.1 CARACTERÍSTICAS DO INSTITUTO, PROJETOS E AÇÕES DESENVOLVIDAS

O Instituto Canopus tem como objetivo atender as pessoas de baixa renda e comunidade de modo geral, no que diz respeito ao seu bem-estar. Promover e oferecer suporte às ações desenvolvidas para a comunidade de forma organizada, mantendo o respeito e a ética com a sociedade, mediante ações, reuniões e encontros realizados com responsabilidade e compromisso com todos os participantes e voluntários.

Sua característica principal é de ajudar o próximo, levando a solidariedade às pessoas com menos acesso às informações, entretenimento, lazer, além de buscar alcançar a cada evento realizado um maior número de voluntário e participante.

O espírito de solidariedade demonstra a transformação que todo ser humano é capaz de alcançar, sendo participativo no processo de transformação social com o objetivo de um mundo mais justo. No que tange os projetos, ações e encontros realizados pelo Instituto, sendo que este desenvolve as seguintes responsabilidades de cunho social e atende a centenas de



pessoas da comunidade onde atua:

<b>Projeto</b>	Projeto “Estilo de Vida Canopus” criado em 2007 presente em mais de cinco estados Mato Grosso, Brasília, Rondônia, Manaus e Pará, idealizado para ajudar a comunidade de forma efetiva junto à sociedade melhorando a qualidade de vida de inúmeras pessoas. Já foram realizados 54 Encontros “Estilo de Vida Canopus”, com mais de 3.000 participantes e voluntários. O Projeto “Estilo de Vida Canopus” antes denominado Projeto “100 Anos de Vida” foi elaborado para oferecer aos participantes a possibilidade de repensar a qualidade nas relações consigo mesmos, com Deus, com a Família, com os amigos, com o trabalho e com o meio ambiente. Transformando e promovendo qualidade de vida, bem como o equilíbrio do ser humano, tanto físico como espiritual e também incentivar ao exercício do voluntariado.
<b>Encontros</b>	Os encontros são realizados duas vezes ao ano durante três dias, pelo Instituto Canopus para atender os voluntários e participantes com o objetivo de esclarecer algumas dúvidas e apresentar novos temas relacionados à boa convivência social. Os Encontros dão oportunidade aos participantes a planejar e aprender a ajudar ao próximo. A participação de todos é inteiramente gratuita, pois para o Instituto o lucro é a satisfação das pessoas, permitindo um tempo de reflexão em si mesmo como pensar e repensar a vida, e suas relações com o mundo. Fazer análise como foi seu dia, sua noite e a importância de perceber o valor do que nos cerca.
<b>Reuniões</b>	As reuniões transmitem informação, conhecimento e confraternização e são realizadas mensalmente com empresas privadas ou locais públicos, em horário pré-determinado pela coordenação, com o objetivo de crescimento pessoal e profissional. Esta visa a preparação e execução de ações e projetos, além de preparação para os Encontros “Estilo de Vida Canopus”. São feitos planejamentos, avaliações das atividades do Instituto e confraternização com o objetivo de resgatar a alegria. Nas reuniões são criados momentos de continuidade do encontro de três (3) dias, são oferecidos diversos cursos como de oratória, vendas, secretariado dentre outros, onde rever amigos, conversar, confraternizar, além de trocar ideias dando continuidade no aprendizado e desenvolvimento da Instituição. Palestrantes de diversas formações como médicos, advogados, profissionais liberais, ou seja, pessoas que apresentam espírito de solidariedade e auxiliam os voluntários no planejamento e desenvolvimento de novas ações.
<b>Ações</b>	As ações beneficentes atendem crianças, adolescentes e idosos, atingindo grande parte da sociedade onde as Empresas Canopus estão instaladas. Estas objetivam qualificação através de cursos, arrecadação de fundos, promoção e a reflexão dos participantes, mobilização da sociedade, distribuição de alimentos, arrecadação de doativos e festas. São resultados do incentivo do Instituto Canopus ao voluntariado, onde voluntários elaboram, propõem e executam as ações através das pessoas envolvidas e também os patrocinadores, estas são realizadas em quatro estados e no Distrito federal. Os voluntários se reúnem, traçam metas e realizam as ações conforme cronograma elaborado para cada região. Com as ações permanentes, esporádico-emergentes e projetos educativo-profissionais o Instituto multiplicou exponencialmente o alcance do trabalho realizado pela instituição.

**Figura 02:** Demonstrativo dos projetos, encontros, reuniões e ações do Instituto.

**Fonte:** Instituto Canopus.

## 2.2 VOLUNTARIADOS E PARTICIPANTES

O trabalho voluntário é aquele que surge da vontade do indivíduo de colaborar, de alguma forma, para uma causa ou para o bem-estar de uma ou mais pessoas doando seu tempo e desenvolvendo atividade de alguma forma espontânea.

Pessoas atuantes em projetos de voluntariado se sentem mais realizadas, devido à satisfação de ajudar o próximo, e a realização pessoal que melhora e incrementam a qualidade de vida, equilíbrio emocional, maior longevidade e saúde, além de outros benefícios, que quando praticados são alcançados por meio do desenvolvimento das atividades referentes e normais, mediante desempenho de uma profissão, ou em troca de remuneração financeira.

A forma de remuneração dos voluntários é a gratidão por aqueles que são auxiliados por projetos sociais, no entanto, a realização e a motivação tornam-se maior do que a remuneração salarial, ou seja, a chamada remuneração psicossocial, Para Souza (2009): “Quando participamos de ações sociais, nos ajudamos muito mais do que ajudamos as outras pessoas. Porque a troca de experiências e a mudança na vida das pessoas fazem com que trabalhemos ainda mais motivados.”

Ser voluntário é doar seu tempo, trabalho e talento de maneira espontânea e não remunerada para causas de interesse social e comunitário. É ser protagonista da própria história e daqueles que o cercam. É intervir de forma consciente para transformar uma realidade.

À medida que a comunidade realiza ações com responsabilidade através da conscientização e atuação, poder-se-á almejar soluções de maneira estrutural, disseminando o senso de harmonia e contribuição com a parcela do bem-estar, para atingir-se o benefício comum social.

## 2.3 INCORPORAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO INSTITUTO CANOPUS

O Instituto Canopus juntamente com outras empresas privadas idealizaram parcerias de cunho social para atender a comunidade de forma igualitária e gratuita mediante seus projetos e ações realizados pelos voluntários e parceiros oferecendo; cursos, palestras, encontros e reuniões com objetivo de atender aos colaboradores da empresa, aos voluntários além da comunidade/sociedade local participantes dos eventos.

O compromisso e o desejo com a qualidade de vida da comunidade desenvolveram o trabalho em equipe do Instituto Canopus e incentivaram o voluntariado. Para Cruz (2009). “Hoje, já ajudamos milhares de pessoas atingirem esse objetivo. Amanhã seremos milhões, se as pessoas deixarem de lado o seu comodismo e se juntarem a nós para a criação de um mundo melhor”.

Partindo desse princípio, verifica-se a importância de levar mais educação, saúde, lazer e entretenimento a toda comunidade direta ou indiretamente. O propósito é dar mais qualidade de vida aqueles com menos oportunidade e fazer as pessoas mais felizes, dando ênfase à família, religião, educação e respeito ao próximo, dentre outros conceitos indispensáveis para se ter uma vida saudável e mais digna como cidadão.

### **3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

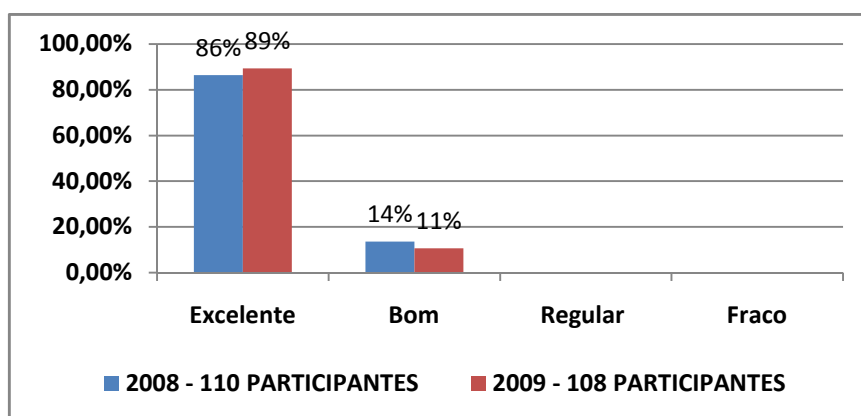
Os eventos que o Instituto Canopus realizou no Município de Cacoal-RO, no biênio 2008 a 2009 foram encontros, reuniões e ações de cunho social e atenderam a um grande número de beneficiários em instituições como creche, asilo, escola, igreja, Centro de Reabilitação Neurológica (CERNIC), estes trabalhos são oferecidos de forma gratuito visando atender a comunidade envolvida, além de proporcionar realização pessoal dos voluntários e a sentir-se útil para o próximo.

Todos os eventos realizados tiveram como objetivo atender e levar alegria às pessoas, bem como oferecer a oportunidade de buscar novos conhecimentos. Observou-se a preocupação que a entidade tem em todos os eventos realizados pela mesma em parceria com a empresa Águia Motos e outras empresas privadas organizam no que diz respeito à organização de cada evento mantendo, sobretudo, a ética e sempre criando novas atrações para receber e transmitir novos conhecimentos, assim como oferecer maior conforto aos voluntários, parceiros e participantes.

O Instituto realiza cada evento de forma transparente para que toda comunidade tenha acesso a esses eventos e queiram participar de forma efetiva, dando sugestões na qualidade dos trabalhos oferecidos à comunidade local. De 2008 a 2009 foram realizados quatro encontros de três dias para duzentos e dezoito (218) participantes, onde foram oferecidas brincadeiras, encontros para casais e jovens, além de muita descontração, os encontros contam com a organização dos voluntários e participantes empenhados na elaboração de todos os eventos buscando proporcionar bem estar e conforto à comunidade local.

As figuras a seguir têm como objetivo demonstrar o grau de satisfação e aproveitamento dos participantes dos eventos elaborados pelo Instituto Canopus no Município de Cacoal-RO. Observa-se também a motivação de cada participante em expandir a importância das ações realizadas pelo Instituto para a sociedade dando sua contribuição a cada

encontro realizado pela equipe do Instituto. A avaliação obtida pela presente pesquisa demonstrou o desempenho do Instituto Canopus mediante participação da sociedade e do precursor Marcos Roberto Cruz em oferecer um pouco do conhecimento adquirido ao longo dos anos e a vontade de partilhar com a sociedade/comunidade que não tiveram melhores oportunidades de acesso ao conhecimento, pois este se sente realizado em ver o próximo tendo melhoras em sua qualidade de vida, assim como melhores oportunidade de inclusão social.

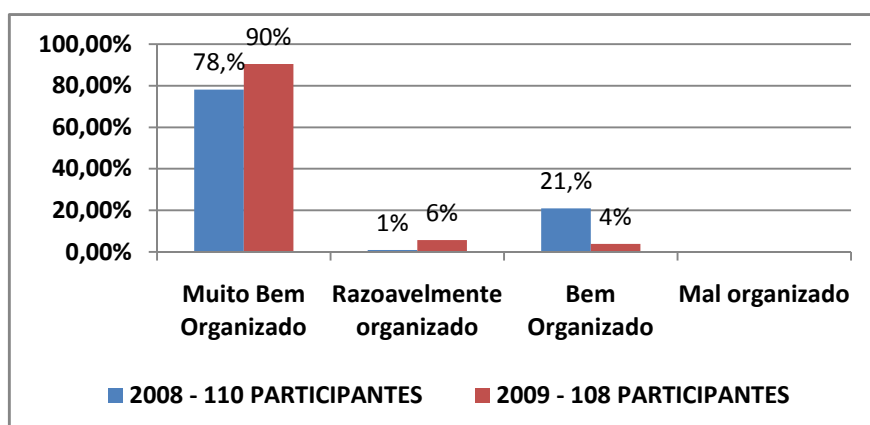


**Figura 03:** Qual sua avaliação geral sobre o projeto "Estilo de Vida Canopus"?

**Fonte:** Dados da pesquisa.

A figura acima demonstra o ponto de vista dos participantes do encontro “Estilo de Vida Canopus” nota-se um grau de satisfação elevada em relação à avaliação geral prestada pelos voluntários a todos durante os eventos, portanto, dos cento e dez participantes (110) 86% avaliaram o encontro como excelente e apenas 14% avaliaram como bom em 2008.

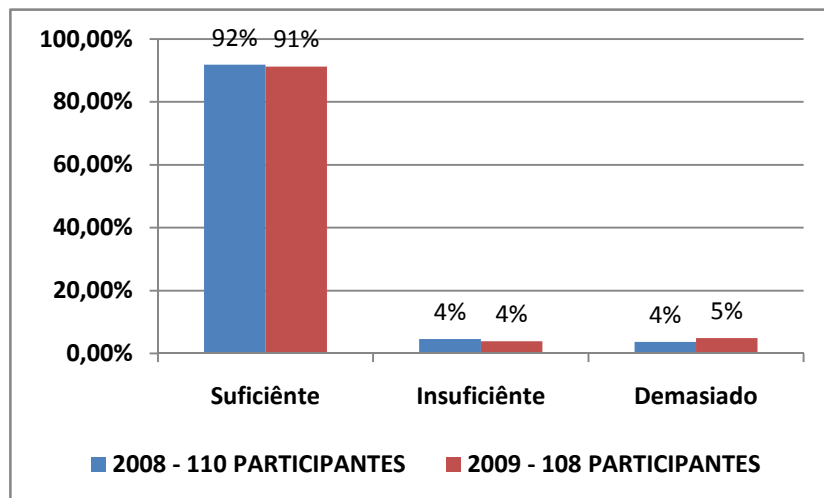
Em 2009 houve aumento para 89% excelente e 11% para bom não havendo nenhuma avaliação para as demais opções.



**Figura 04:** Sobre a organização do encontro, qual sua avaliação geral?

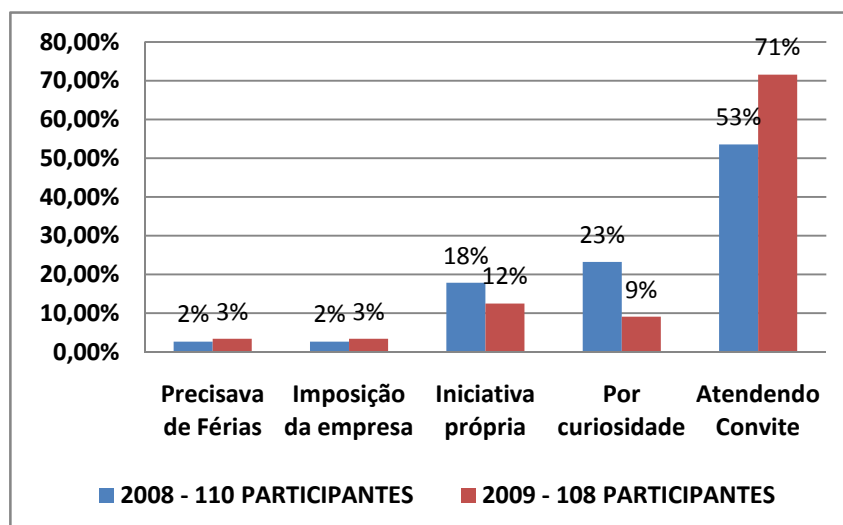
**Fonte:** Dados da pesquisa.

Conforme se observou a avaliação dos participantes em relação à organização dos encontros realizados pelo Instituto Canopus houve melhoras na organização em relação 2008 e 2009, o que denota o empenho de todos voluntários em oferecer melhor comodidade a cada evento oferecido à sociedade, sendo assim, em 2008 dos 110 participantes 78% acharam muito bem organizado, 1% razoável, 21% bem organizado, ao passo que em 2009 dos 108 participantes 90 % acharam os encontros muito bem organizado havendo queda nas demais alternativas.



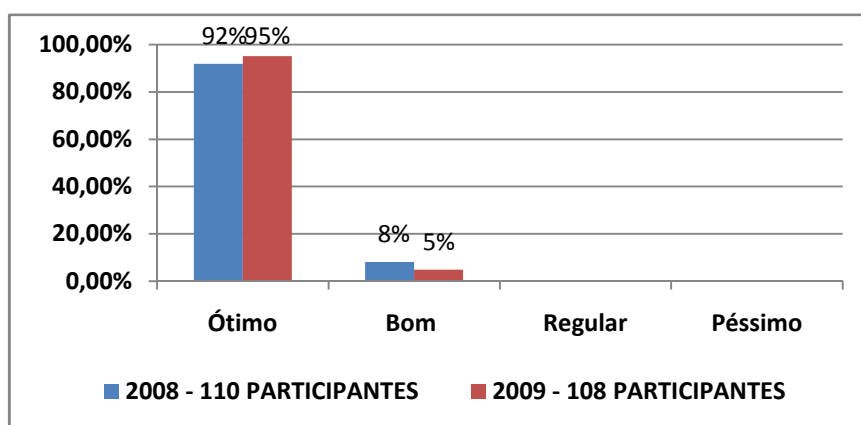
**Figura 05:** Avalie o tempo de duração do projeto "Estilo de Vida Canopus".  
**Fonte:** Dados da pesquisa.

Em relação ao tempo de duração dos encontros observou-se a satisfação dos participantes quando se equiparam os dois anos em análise havendo, assim, um equilíbrio em suas respostas no que tange ao tempo de duração de cada evento realizado, sendo.



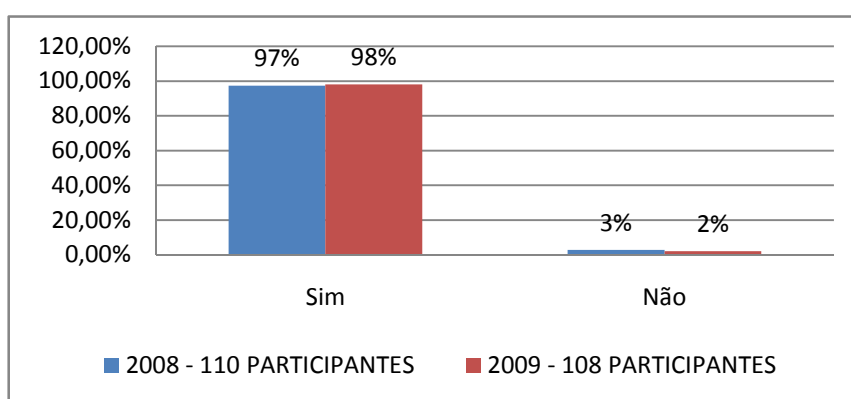
**Figura 06:** Indique a razão pela qual participou do projeto "Estilo de Vida Canopus".  
**Fonte:** Dados da pesquisa.

Quanto à motivação dos participantes evidencia-se que houve diferença de um ano para o outro sendo considerável, no entanto, os participantes tiveram maior incentivo mediante convites daqueles que fazem parte dos encontros. Verificou-se aumento significativo de 53% em 2008 para 71% em 2009, sendo que as demais respostas houve inversão, mas fica evidente que em 2009 houve um menor número de participantes.



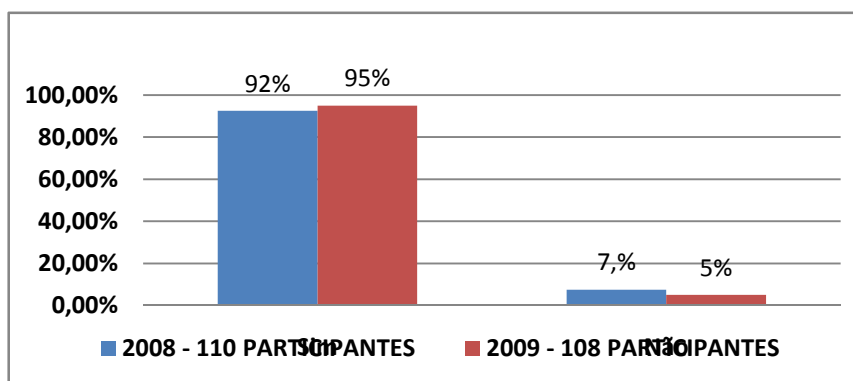
**Figura 07:** Avalie o atendimento prestado aos participantes durante o encontro.  
**Fonte:** Dados da pesquisa.

Em relação ao atendimento prestado aos participantes evidenciaram-se uma boa satisfação segundo suas respostas nos questionários analisados havendo um aumento de 92% em 2008 para 95% em 2009 ótimo e 8% em 2008 para 5% em 2009 havendo, assim, melhor atendimento no último ano.



**Figura 08:** Acredita que este encontro contribuiu para que sua vida mudasse?  
**Fonte:** Dados da pesquisa.

Conforme exposto na figura a contribuição dos eventos para os participantes da comunidade foi de grande importância para mudanças em suas vidas com novos conhecimentos para si e para o próximo, observou-se que menos de 3% tiveram a resposta não ao passo que 97% optaram pela resposta sim nos dois anos em análise.



**Figura 09:** Gostaria de participar do próximo encontro como voluntário?

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Segundo o ponto de vista dos participantes, esses demonstraram interesse em novos encontros disponibilizando-se a serem voluntários. Conforme mostra o gráfico acima dos 110 participantes 92% em 2008 querem ser voluntários e dos 108 participantes 95% em 2009 ficando, assim, 7% e 5% com a resposta não, porém frisam que gostariam de serem voluntários em ações realizadas pela entidade em bairros, festas, igrejas, etc.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o estudo bibliográfico e a prática vivenciada no Instituto Canopus pode-se concluir que a responsabilidade social expressa pela entidade denota o comprometimento com o bem-estar da comunidade/sociedade. A pesquisa afirmou que o Instituto Canopus – enquanto entidade de caráter social -, funciona como sistema aberto, buscando atender a comunidade como um todo. Ao influenciar e sofrer influência com sua motivação que oferece mediante colaboração dos voluntários e participantes observa-se a satisfação da sociedade em participar dos encontros, reuniões e ações de cunho social, além de trazer informações pertinentes à sociedade oferecendo-lhes autoestima e inserção à comunidade participante, isto denota a preocupação que a entidade tem com a sociedade em disseminar o conhecimento como um todo.

Diante dos dados obtidos mediante a pesquisa de campo denota-se o bom aproveitamento dos participantes nas ações, reuniões e encontros realizados pelo Instituto juntamente com toda equipe colaboradora nos eventos, visto que, o alto índice de satisfação da comunidade/sociedade mostra o envolvimento do bem estar social e a disseminação do aprendizado pelos participantes. Observou-se, portanto, que a cada evento realizado foram

alcançados bons resultados. Sendo, assim, alcançado um grau satisfatório de sucesso para o grupo, no que diz respeito à satisfação pessoal dos participantes e voluntários.

As atividades desenvolvidas são planejadas de forma a atender os grupos participantes, ou seja, desde participantes infantis, jovens, adultos e idosos. As reuniões, encontros e ações dão aos participantes oportunidades ou até mesmo levam aquelas pessoas especiais a sentir o valor que o ser humano tem diante dos eventos realizados mostrando, portanto, a todos que se cada um fizer sua parte podemos ter uma sociedade mais justa e igualitária. A análise verificou também a dedicação dos voluntários na organização em todos os eventos além da organização completamente planejada para atender a todos.

Observou-se as atividades desenvolvidas pela instituição, o respeito e amor ao próximo resgatando a responsabilidade que toda entidade deve ter com o cidadão no presente e para as futuras gerações. Dando sua contribuição no mercado e oferecendo maior apoio para o acesso ao conhecimento e melhor qualidade de vida aos beneficiários dos projetos oferecidos à população do município, dando oportunidade às classes sociais menos favorecidas diante da expansão da globalização e exigências da sociedade. As empresas vêm cada vez mais formalizando novas parcerias para manter-se no mercado, além de contribuir com a responsabilidade social que toda empresa deve ter diante da sociedade moderna.

Diante do exposto, observa-se que as Reuniões, Ações e Encontros realizados pelo Instituto Canopus em parceria com outras empresas trouxeram para a população atendida de Cacoal-RO mais acesso ao conhecimento, além do respaldo que a empresa adquiriu mediante a sociedade no que diz respeito à responsabilidade social interna e externa na sociedade.

## REFERÊNCIAS

ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luis Antonio; KRUGLINKAS, Isak. **Gestão Socioambiental**: Responsabilidade e Sustentabilidade do Negócio. São Paulo: Atlas 2009.

ARAGÃO, Sueli Duarte; KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social**: Uma contribuição à gestão transformadora das organizações. 2º ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

BRASIL. Constituição de (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 2008.

**Empresas e Responsabilidade Social**. Disponível em:

<<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3334&Alias=Ethos&Lang=pt->>.  
Acessado em: 25 Out. 2010.

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na Empresa**. São Paulo: Atlas 2008.



LEITE, Celso Barbosa. **Filantropia e Contribuição Social**. São Paulo: LTr, 1998.

**Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social**. Disponível em: <<http://institutofonte.org.br/conteudo/missao>>. Acessado em: 04 Out. 2010.

**INSTITUTO CANOPUS**: Boletim Informativo do Instituto Canopus. Informativo Mensal Ano 1. ed. 1. Dezembro 2009.

**INSTITUTO CANOPUS**: Conheça as ações e projetos do Instituto Canopus. Informativo. Seja você também um parceiro e voluntário. Ano 03, ed. 01 – Maio de 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Leandro Batista de. **Proposta de Lei de Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://www.pautasocial.com.br/artigo.asp?idartigo=175>>. Acesso: 1 maio 2010.

REETZ, Lucimar; TOTTOLA, Etienne de Castro. **Responsabilidade Social**: impossível ficar de fora. 2. ed. São Paulo:.. 2006.

REIS, Carlos Nelson; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social**: Meios Propulsores do Desenvolvimento Econômico e Social. São Paulo: Atlas, 2007.

ROKEMBACH, Rogério et al (Coordenador). **Demonstração da Responsabilidade Social**. Disponível em: <[www.crcrs.org.br](http://www.crcrs.org.br)>. Acessado em: 20 agosto 2010.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social**: Uma Abordagem da Transparência Pública das Organizações. São Paulo: Atlas, 2008.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **A INICIATIVA PRIVADA NO CONTEXTO SOCIAL**: Exercício de Cidadania e Responsabilidade Social. Disponível em: <[http://www.tp\\_bahia.com.br/revista/a\\_iniciativa\\_privada\\_no\\_contexto\\_social.pdf](http://www.tp_bahia.com.br/revista/a_iniciativa_privada_no_contexto_social.pdf)>. Acesso em: 20 agosto 2010.

KARKOTLI, Gilson: **Responsabilidade Social Empresarial**. 2 ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e Responsabilidade Social**: NBR 16.001/AS 8000: Implantação e Práticas. – Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

## OBRAS CONSULTADAS

DAL MAGRO, Eleonice. **Normas para Elaboração de Trabalhos Científicos**: Informação e documentação-citação em documentos. Cacoal, 2009.

\_\_\_\_\_, **Normas para Elaboração de Trabalhos Científicos**: Informação e documentação-numeração progressiva das seções de um documento escrito. Cacoal, 2009.



### Apêndice A

## UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR CAMPUS DE CACOAL DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS PESQUISA DE CAMPO

**ACADÊMICA: Maria Pereira da Silva**

Questionário elaborado em forma de perguntas fechadas para os participantes dos Encontros “Estilo de Vida Canopus” realizados pelo Instituto Canopus no Município de Cacoal-RO. Tais dados serão utilizados na elaboração do Artigo de Conclusão de Curso, o qual tem como tema **“Responsabilidade Social e a Atuação do Instituto Canopus no Município de Cacoal-RO”**.

### QUESTIONÁRIO APLICADO

Data     /     /    

- 1) Qual sua avaliação geral sobre o Projeto “Estilo de Vida Canopus”?
  - ( ) Excelente
  - ( ) bom
  - ( ) Regular
  - ( ) Fraco
- 2) Sobre a organização do encontro, qual sua avaliação geral?
  - a- Muito bem organizado
  - b- Bem organizado
  - c- Razoavelmente organizado
  - d- Mal organizado
- 3) Avalie o tempo de duração do projeto “Estilo de vida Canopus”.
  - a) Suficiente
  - b) Insuficiente
  - C) Demasiado
- 4) Indique a razão pela qual participou do encontro” Estilo de vida Canopus”.
  - ( ) Precisava de férias
  - ( ) Imposição da empresa
  - ( ) Iniciativa própria
  - ( ) Por curiosidade
  - ( ) Atendendo a convite
- 5) Avalie o atendimento prestado aos participantes durante o Encontro.
  - ( ) Ótimo
  - ( ) Bom
  - ( ) Regular
  - ( ) Péssimo
- 6) Acredita que este encontro contribuiu para que sua vida mudasse.
  - ( ) Sim
  - ( ) Não
- 7) Gostaria de participar do próximo encontro como VOLUNTÁRIO?
  - ( ) Sim
  - ( ) Não

